

藏之得法 | Wine life

喝不完的香槟如何保存

在日常生活中,虽然绝大多数香槟都用来庆祝或者派对,经常由很多人一起分享。可是,有时也难免会出现香槟喝不完的情况。那么问题来了,喝不完的干红、干白还能塞上瓶塞放进冰箱,喝不完的香槟怎样才能保证气泡不流失呢?

★封住瓶口,保持冷冻

香槟保鲜最大的问题在于气泡的流失,因此,保持冷冻是守住气泡很好的方法。在没有更好的方法时,可以简单地用保鲜膜裹紧瓶口,再用橡皮筋固定,并且使香槟保持冷冻的状态,减少气泡活动,冲出保鲜膜。

★汤勺保鲜法

在香槟界有一个非常有趣的传说,只要把汤勺柄插入香槟瓶中,就可以防止香槟气泡的溢出。为了验证这个传闻是否可靠,有日本网友曾经做过实验,将汤勺柄放进香槟瓶中,再把香槟冷藏起来,结果发现在24小时后,香槟的口感和气泡居然都没有改变。

据说,金属勺子能让酒瓶的瓶颈变冷,使得一层冷空气覆盖在酒液上方。这样一来,气泡就不得不留在瓶子中了。

不过,专家们对这种方法仍然褒贬不一。有人说实验中的气泡没有流失完全是因为冷藏的关系,也有人坚信汤勺确实有如此神奇的功效。但不管怎么样,如果你有保存香槟的需求,手头又恰好没有别的工具,将汤勺柄放入香槟瓶中再冷藏也不失为一个可行的方法。

★瓶塞改造法

香槟塞一旦从瓶中取出,再想塞回酒瓶可就太不容易了。不过,我们也可以自己动手,用小刀将瓶塞削成尖头,再塞进酒瓶。最后一定要用铁丝将瓶塞固定好,以免气泡将瓶塞顶出。

★专业保鲜器保存

正如静止葡萄酒有真空塞用来保鲜一样,起泡酒也有专门的保鲜器。与真空泵抽走气体的原理不同,起泡酒保鲜器会牢牢地抓住瓶颈,塞住瓶口。根据起泡酒的不同酸度,使用起泡酒保鲜器能保存葡萄酒2-4天。

虽然有这么多选择,但哪种方法都不如直接喝完来的方便。人生得意须尽欢,莫使金樽空对月,如果你真的有这样的困惑,叫上几个朋友一起分享你的香槟吧!(据凤凰网)

价值收藏 | Value collection



藏酒出手的最佳时节 4月5月是旺季

许多有经验的葡萄酒收藏家在高端酒交易市场中都有这样一个习惯:在早春和晚秋的时候频频出手,而在剩下的时间里采取观望态度。形成这一现象的原因大致有二,一是这两个时节天气较为稳定,适合海运,二是为深秋过后接踵而来的节日做准备。

其中,天气的影响是最主要的原因。由于夏季和冬季天气变化剧烈,气温也不理想,运输途中可能会损坏葡萄酒,尤其是老酒。因为随着瓶陈时间的增长,老酒会变得更加脆弱,这时运输途中的剧烈摇晃,或者温度的急剧变化都可能对老酒造成不可逆转的伤害。

由于这个原因,绝大多数藏家都倾向于在深秋和初春两季进行交易,尽量减少天气影响。一般来说,每年的7月、8月和1月,葡萄酒国际销量会触底,下滑10个百分点以上。11月是销售高峰,4月和5月也是旺季。因此对于想要出手藏品的卖家来说,这两季也是最适合出手的时间。以下是不同类型葡萄酒的建议出手季节:

★香槟(Champagne)——11月

由于接下来的冬季节日,许多买家会买酒作为礼物,或者为节日派对备酒,11月份的香槟和起泡酒销量会迅速增长。去年9月和11月,普洛赛克(Prosecco)的销量骤增了27%。如果藏家手上有顶级的年份香槟,如1976年的唐培里依珍藏香槟王(Champagne Dom Perignon Oenotheque),在11月份出手很可能获利最大。

★桃红葡萄酒——春季

桃红葡萄酒是春季踏青聚会的热门饮品,也是炎炎夏日最受人们欢迎的葡萄酒之一。去年春夏之际,桃红葡萄酒的销量几乎翻倍,所以出手桃红葡萄酒的最佳时节为5月底或6月初,即靠近夏季,但天气依然温和的时候。

★非季节性葡萄酒——春季

如果藏家想要出手非季节性藏酒的话,最佳的出手时机也是在春天。此时大部分收藏者的目光正聚焦名庄配额和邮件销售清单,许多受人追捧的酒庄会很快售罄,而同一酒款的其他年份也会随之大增需求量,价格自然水涨船高,因此这时正是出售这类酒款的最佳时机。

简而言之,就是注意供需状况的变化,无论是哪一类葡萄酒的藏家,在需求旺盛的时节出手藏品,总能得到满意的回报。(Emma)

李飞:不只收藏老酒 更注重老酒产业延伸

钟经

中国是酒国。从传说中的仪狄造酒算起,中国拥有酒文化的年代,将近五千年。当然,追溯酒的真实历史,要更为遥远。而老酒,作为一种特殊的存在,某种意义上,更是一种文化象征。

三十而立的李飞谈起自己的人生,笑言现在最大的梦想就是三五知己品老酒、探讨一下老酒文化,而业余时间和一群发烧友去荒漠中自驾越野,这也是他自己最大的爱好之一。因为他说,在荒漠浩瀚无边,心情非常非常广阔,特别是风平浪静的时候,大漠的世界精美之至,这种感觉让他明确了自己企业的发展方向和目标。

近日,这位潇洒的越野80后,老酒收藏领域知名专家李飞,以其独树一帜的性格,在接受记者采访时称,藏酒、鉴定老酒,学习酒文化,这些不管是有意为之还是无心插柳的事,这些年来都根据自己的兴趣爱好走过来,现在企业渐渐步入正轨,只想保持乐观的心态,“不只收藏老酒,未来会更注重老酒产业延伸。”

那么,2017年的中老酒收藏行业有哪些市场机会?老酒文化领域的研究又是怎么开展的?带着这些问题,记者与酒逢知己董事长李飞做了深入的探讨。

记者:据我所知,酒逢知己这个品牌是您一手创办的,那么在公司成立之初,主打产品有哪些?仅仅是收藏老酒一个领域让您得到快速发展的吗?

李飞:我从事老酒收藏是偶然的,我是2010年进入这个行业,那时候酒逢知己主打产品主要是陈年老酒收藏,包含了各个地区、各种品牌、不同品类的老酒,一部分自己喜欢的用于收藏,打造了自己的老酒收藏体验馆,另外一部分买卖给身边的朋友,通过这种形式赚到了第一桶金。而企业能够快速发展的原因,我认为其实不是我做的老酒收藏有什么独特之处,而是在经营上我坚持了两个原则,第一个就是诚信问题,经过我手里进出的每一瓶老酒,我都要保证是真品,而且一旦出现任何问题,给予客户100%赔偿,获得了忠实的客户群体,建立了自己的品牌形象;另外一点就是掌握稀缺性资源,别人不收的小酒、杂酒,全部收回来,久而久之积累的资源越来越多,俗话说“九层之台,起于垒土”,公司能够快速发展主要还是在目标明确,抓住了市场的机会。

记者:与同类产品相比,公司在经营这方面有哪些优势和独特之处?

李飞:在优势方面,最重要的一点就是真的鉴定能力,因为公司一直非常看重诚信问题,所以我们拥有业内一流的专家团队,从老酒采购鉴定到入库鉴定,需要几轮的详细甄选,保证产品质量,这个使我们获得非常好的口碑。另外在产品上我们也具备独特的优势,公司因为收购酒类种类众多,掌握了一线渠道和资源,所以从产品稀缺性上也占有一定优势。

记者:通过以上的了解,对你这边产品和



中国是酒国。从传说中的仪狄造酒算起,中国拥有酒文化的年代,将近五千年。当然,追溯酒的真实历史,要更为遥远。而老酒,作为一种特殊的存在,某种意义上,更是一种文化象征。

运营模式有一定了解,那么除了陈年老酒收藏,在未来产业布局上是否会有其他突破?

李飞:在我看来老酒市场仍然是有时间和发展的,例如老酒文化研究,老酒市场数据化服务、老酒真假鉴定、老酒+互联网等众多垂直领域可以去考虑。而接下来,我这边将会重点建立一个品种全面,涵盖领域足够多的酒水文化博物馆,在这里不仅仅仅是老酒收藏,更多地是打造一个老酒行业全产业链的老酒体系,为更多的消费者提供更多优质服务。

记者:上面您也提到了老酒行业的数据化服务,和老酒+互联网运营的模式,那么在现在社会互联网发展这么迅速的情况下,酒逢知己是否考虑在互联网上有一些新的合作和创新?

李飞:其实你问的这个问题,一直我们也在考虑和探究,人们生活方式的变化,投资理财观念的转变,电商以及线下新兴力量的崛起,无不冲击了传统渠道的利益分配。面对新形势,传统的购销模式已经不能满足市场自身的快速发展,所以老酒产业也需要寻找转型升级、创新发展的新路径。所以在这一点上我们是坚定不移的要去走创新的发展路线。而近两年我们已经与天猫、京东等电商平台进行了合作,甚至在自身领域开发了微拍酒线上老酒拍卖平台,开启微信端公平公正的竞拍模式,这也算是我们的一些创新。我相信用互联网的发展是一个不可逆转的大趋势,虽然现在酒水市场和互联网还处于磨合阶段,但是未来肯定会有更好融合的发展契机。

记者:除了好的产品,市场推广也很重要。在产品的营销上,公司有什么好的经验与

人物名片

李飞,酒逢知己董事长、国家一级评酒师、中国酒业协会名酒收藏委员会常务理事、中国收藏家协会鉴定专家、安徽收藏家协会酒类收藏专业委员会常务副会长、80后成功创业者、沙漠越野终极发烧友。

大家分享?

李飞:其实老酒行业的交易很多人认为大部分是收藏或者是投资,这种观点在现今的市场已经在改变了,我认为,未来让更多人品尝到老酒,让老酒走上餐桌才是它的本质。因为随着互联网的发展,提高了老酒信息传播速度,消费者信息获取和辨别力变得更强。而且一批90后的崛起,让越来越多的人能够消费得起老酒,老酒本身的价值在于质量和时间,这样的背景下,信息渠道和消费群体不断扩大,所以让老酒走上餐桌将会是接下来老酒经营者营销的一个新思路。当然,还必须考虑一个问题,老酒具有稀缺性,随着老酒市场的发展空间越发巨大,老酒存世量也越低,企业未来发展或者转型还需要去考

你的桃红葡萄酒适合陈年吗?

对于一瓶非常喜爱的葡萄酒,我们总是忍不住想要留住它,将它珍藏起来。大部分红葡萄酒可陈年,可是桃红葡萄酒呢?你也许会问:新鲜度对于桃红葡萄酒而言真的有那么重要么?答案通常是肯定的。一般情况下,桃红葡萄酒是不适合陈年的。

桃红葡萄酒可以说是为新鲜度而生,酿造桃红葡萄酒的葡萄往往会较早采摘。采摘后,这些葡萄会在较低的温度下经过商业酵母的作用进行发酵,之后酒液会在钢罐中成熟。通常酿酒师们会跳过苹果酸-乳酸发酵(Malolactic Fermentation,简称为MLF)这一步骤,因为这一过程会降低葡萄酒的酸度。

至于桃红葡萄酒到底要酿造成什么样,目标非常明确:清新、果味以及充满活力。由于葡萄酒在整个酿造过程中基本没有与橡木桶接触、与果皮和种子接触的时间也非常少,所以单宁含量会很低,而单宁含量的高低是决定葡萄酒能否很好地陈年的一大重要因素。尽管桃红葡萄酒的酸度较高,但这还不足以支撑其在保持新鲜度的同时能够很好地陈年。

当然也有例外——普罗旺斯(Provence)产区,确切地说,是普罗旺斯的邦多勒(Bandol)产区。邦多勒因其强劲有力、陈年潜力巨大的桃红葡萄酒而出名,但你是否想过是什么使之具有如此优质的陈年潜力?答案是酿酒葡萄慕合怀特(Mourvedre)。慕合怀特起源于西班牙,水果风味浓郁,这一品种酿造出来的葡萄酒呈深紫色,年轻时饮用你可以感受到其强劲的单宁以及甘草、矿物风味。经过陈年后,葡萄酒的单宁逐渐软化,这些风味也能够完全打开,让人回味无穷。若是将慕合怀特与神索(Cinsault)、歌海娜(Grenache)混合用以酿制桃红葡萄酒,其陈年潜力也是非常好的。

你要知道的是,虽然邦多勒的桃红葡萄酒陈年潜力佳,但它的价格也是比较昂贵的。一瓶邦多勒桃红葡萄酒的价格在25-35美金(约合人民币172-241元)甚至更高。

除了邦多勒桃红葡萄酒以外,塔维勒桃红葡萄酒(Tavel Rose)也很适合陈年,因为它不仅是由慕合怀特、歌海娜、神索和西拉(Syrah)混酿而成,酿酒师们还适度延长了其浸皮时间,使得酿造出来的葡萄酒颜色较深,单宁更高。我们都知道,较高的单宁有助于葡萄酒陈年。当然,陈年潜力好的桃红葡萄酒不止这些,比如还有西班牙的里奥哈(Rioja)桃红葡萄酒,在发布之前就已陈酿10年之久。(据红酒世界网)

年份、产区、品牌…… 哪些因素影响着葡萄酒的价格



市面上,葡萄酒的价格各异,既有十几元的天价葡萄酒,也有几十元的廉价葡萄酒。你有没有考虑过,为什么这些葡萄酒的价格差异那么大?那些天价葡萄酒究竟贵在哪里呢?究竟是什么因素影响了葡萄酒的价格呢?

其实,葡萄酒的价格是由几个因素共同影响的。

1. 产区名气

通常,来自名气或者等级更高的产区的葡萄酒价格会更高。譬如在勃艮第(Burgundy)产区,等级高的葡萄酒价格更高,一般,特级园(Grand Cru)葡萄酒的价格几乎是一级园(Premier Cru)的4倍,而一级园葡萄酒的价格则大概是普通村庄级(Village)的3倍。另外,葡萄酒的名气也会有所影响。以罗曼尼·康帝(Domaine de La Romanée-Conti)为例,拉塔希(La Tache)比李奇堡(Richebourg)更出名,所以年份相同的拉塔希葡萄酒的价格比李奇堡的高。

如果你不认识具体的产区,那么牢记一个规律:酒标上产区越细,葡萄酒的质量往往

越好,所以价格也就越贵。

2. 年份好坏

所谓的年份,指的是酿酒葡萄的采摘年份。它对葡萄酒的影响主要体现在天气上。如果采收葡萄的年份气候条件好,能为葡萄的生长和成熟提供理想的生长条件,因而最终酿造的葡萄酒品质自然会更佳,价格也会更高。如果你不了解某一个年份,可以查阅相关葡萄酒评论家的记录。譬如,每年4月波尔多期酒(En Primeur)品鉴周詹姆斯·萨克林(James Suckling)等名家都会对相关年份的期酒进行品鉴和评分。这些品鉴记录和评分在一定程度上能帮助我们更好地了解一个年份的优劣。

3. 品牌价值

这指的是葡萄酒生产商的品牌。与产区名气一样,葡萄酒生产商或酒庄的名气越高,葡萄酒的价格自然越贵。这就是为什么拉菲古堡(Chateau Lafite Rothschild)、柏图斯(Petrus)等名庄的葡萄酒往往要价不菲。因为这些酒庄出身名门,地位显赫,具有无可限量

的品牌价值。

4. 葡萄园管理

酒庄对葡萄园的管理也会左右葡萄的质量,进而影响葡萄酒的品质。有些酒庄会雇佣大量工人来完成栽培、灌溉、修剪等工作,有些酒庄甚至采用无人机或者其他专业设备来管理葡萄园。这些耗时耗力的方式当然会让葡萄酒的价格提升不少。

5. 酿造工艺

要酿造一款品质上乘的葡萄酒,需要在葡萄酒酿造过程中投入大量的精力。在葡萄采摘的环节,一些酒庄会采用人工采收,有些采收工作甚至需要在夜间进行,这就增加了不少成本。

追求质量的酒庄还会购买顶级的酿酒设备,例如优质昂贵的法国橡木桶。此外,有些酒庄还会不惜一切代价聘用技艺精湛的高级酿酒师作为酿酒顾问,指导酒庄酿酒。聘请的费用也是一笔大开销,这些费用都会平摊到每瓶葡萄酒的价格。

6. 包装设计

除了以上所提到的先天因素外,影响葡萄酒价格的还有这些后天因素。葡萄酒酿成后,酒瓶、瓶塞、酒标等包装都是需要花钱的地方。不同的选择会出现不同的质量和价格,有些成本低的葡萄酒会采用普通的包装,所以价格相对较低。有些顶级酒庄,例如木桐酒庄(Chateau Chateau Mouton Rothschild),还会由里及外对葡萄酒进行精心的包装,甚至专门邀请国际知名艺术家设计酒标,这些都会增加包装成本,从而影响葡萄酒的价格。

7. 市场供需

市场供需是一种无形的重要因素。虽然全球各地都生产葡萄酒,但是顶级葡萄酒的产量还是相对有限的。像波美侯(Pomerol)产区的车库酒(Garage Wine)以及加州纳帕谷(Napa Valley)产区的膜拜酒,其名声响亮,产量稀少,备受全球消费者追捧。在供不应求的情况下,它们的价格自然是水涨船高。

以上是影响葡萄酒价格的重要因素。当然,葡萄酒的价格也不完全由这些条件决定,其他诸如运输、宣传等因素也在一定程度上对葡萄酒的最终价格有所影响。(据中新网)